



**PROCEDIMIENTO PARA SEGUIMIENTO Y
MEDICIÓN A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Código: P-ECI-05 Versión: 05
COPIA CONTROLADA
Vigencia: 3 de marzo de 2021

**ELABORÓ
LÍDER RESPONSABLE DEL PROCESO**

Juan Camilo Ayala
Director de Comunicaciones

Firma

Fecha: 18 de diciembre de 2020

REVISÓ

LÍDER MODELO DE GESTIÓN

María Lucía Villalba Gómez
Vicepresidenta de Planeación y Proyectos

Firma

Fecha: 3 de marzo de 2021

APROBÓ

PRESIDENTE FONTUR
Raquel Garavito Chapaval
Presidente

Firma

Fecha: 3 de marzo de 2021

1. OBJETIVO

Documentar las actividades necesarias para realizar el seguimiento y medición a la satisfacción del cliente frente a la gestión del Fontur, así como establecer la metodología para analizar los datos obtenidos de los estudios de opinión que le permita al Fontur evaluar la percepción del cliente y tomar las acciones necesarias para incrementar su grado de satisfacción.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica al Proceso de Comunicación Institucional de Fontur.

3. RESPONSABLE

El personal de la Dirección de comunicaciones, garantizando la adecuada implementación del presente procedimiento.

4. DEFINICIONES

MinCIT: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Fontur: Fondo Nacional de Turismo.

Cliente: Organización, entidad o persona que recibe un producto o servicio.

Estudios de opinión: Son encuestas de carácter periódico, que se realizan para medir la satisfacción del cliente frente a la gestión del Fontur.

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se cumplen sus necesidades.

5. NORMATIVIDAD

• No aplica

6. ACTIVIDADES

PASO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	CICLO PHVA	REGISTRO	TIEMPOS	RESPONSABLES
Etapa 1	Realizar el seguimiento y medición a la satisfacción del cliente frente a la gestión del Fontur	Una vez al año, se establecer la metodología para analizar los datos obtenidos de los estudios de opinión que le permita al Fontur evaluar la percepción del cliente y tomar las acciones necesarias para incrementar su grado de satisfacción.				
1	Enviar a las Direcciones Misionales el instrumento de medición del estudio de opinión	El último mes del año se envía a las Direcciones del P.A. Fontur el formato establecido para la identificación de las necesidades a diagnosticar, y la formulación de las preguntas sobre el servicio al cliente externo.	H	F-ECI-14 Diagnostico de satisfacción del cliente	1 hora	Director de comunicaciones

PASO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	CICLO PHVA	REGISTRO	TIEMPOS	RESPONSABLES
2	Analizar los temas y preguntas formuladas en el estudio de opinión	Transcurridos 8 días a la entrega del instrumento de medición y una vez recibidos los comentarios de cada uno de los Directores del P.A. Fontur, se analizan los temas y se ajusta el estudio de opinión, teniendo en cuenta la evolución y análisis de los resultados proveniente de estudios anteriores y las sugerencias, quejas y reclamos del cliente externo.	P	F-ECI-14 Diagnostico de satisfacción del cliente	1 hora	Director de comunicaciones Profesional de Comunicaciones.
3	Establecer la metodología para el desarrollo del estudio de opinión.	Transcurridos 3 días al análisis del instrumento, se revisan las metodologías anteriores adoptadas para la elaboración de estudios de opinión, con el propósito de formular y ajustar de ser necesario, la metodología.	H	N/A	3 horas	Director de comunicaciones Profesional de Comunicaciones.
4	Aprobar la metodología e instrumento de opinión.	Posterior a la definición de la metodología y adaptado el instrumento de medición, se socializa con Presidencia para aprobación del mismo. En caso de requerir ajustes, se realizan las modificaciones según las indicaciones emitidas y se formaliza la aprobación del mismo.	H	N/A	1 hora	Director de comunicaciones Presidencia
5	Formalizar el contrato para implementar el estudio de opinión	Una vez validado y aprobado el instrumento de opinión por la Dirección de comunicación, se remite al proceso de gestión jurídica para su contratación y legalización.	H	N/A	24 horas	Dirección de comunicaciones Dirección jurídica
6	Enviar el instrumento de medición a las audiencias establecidas	Una vez legalizado el contrato con el área jurídica, se envía el instrumento de medición a través de la plataforma tecnológica del contratista a las audiencias definidas previamente	H	N/A	1 hora	Profesional de comunicaciones Proveedor
7	Hacer seguimiento a la participación del estudio de opinión	Una vez enviado el instrumento a las audiencias, cada 3 días el proveedor envía al Profesional de comunicaciones un informe vía correo electrónico para verificar el avance de la participación y enviar recordatorios a quienes no lo hayan contestado a través de la plataforma	H	N/A	3 horas	Profesional de comunicaciones Proveedor
8	Tabular y analizar los resultados del estudio de opinión	Transcurridos diez días hábiles, se deshabilita la plataforma para participar en el estudio y el proveedor procede a tabular y analizar los resultados	H	N/A	40 horas	Proveedor
9	Verificar la tabulación, análisis de resultados y plan de acción del estudio de opinión	Transcurridos 10 días hábiles, el proveedor presenta a la Dirección de comunicaciones la tabulación y análisis de los resultados obtenidos así como las recomendaciones de las oportunidades. Se solicitan los ajustes de ser requeridos	V	N/A	2 horas	Dirección de comunicaciones Proveedor

PASO	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	CICLO PHVA	REGISTRO	TIEMPOS	RESPONSABLES
10	Presentar los resultados y plan de acción del estudio de opinión	Una vez ajustadas las recomendaciones, se presentan a Presidencia junto con la tabulación y análisis de resultados. Se solicitan ajustes de ser requeridos	H	N/A	1 hora	Director de comunicaciones Presidencia
11	Difundir los resultados del estudio de opinión	Una vez presentados a Presidencia, se difunden los resultados del estudio de opinión vía correo electrónico a los todos los funcionarios del P.a. Fontur.	H	N/A	1 hora	Profesional de comunicaciones
12	Incluir las recomendaciones en el planteamiento de la estrategia integral de comunicaciones del año siguiente	En el primer mes del año siguiente, se toman en cuenta las recomendaciones hechas por el proveedor para la construcción de la estrategia integral de comunicaciones	H	N/A	4 horas	Director de comunicaciones
					82 horas	

7. REGISTROS

CÓDIGO	NOMBRE	RESPONSABLE DE DILIGENCIARLO	LUGAR DE ARCHIVO	CRITERIO DE ARCHIVO	TIEMPO DE RETENCIÓN	DISPOSICIÓN
F-ECI-14	Diagnostico de satisfacción del cliente V01	Profesional de Comunicaciones y Eventos	TRD	TRD	TRD	TRD

8. ANEXOS

- Acta de reunión V05
- Memorando V05
- Oficio V05

9. CONTROL DE CAMBIOS

Versión 00 aprobada por el Comité de Dirección en sesión del 12 de diciembre de 2011, Acta No. 11 de 2011
 Versión 01 aprobada por el Comité de Dirección en sesión del 25 de febrero de 2013, Acta No. 03 de 2013
 Versión 02 aprobada por el Comité de Gerencia en sesión del 2 de septiembre de 2013, Acta No. 08 de 2013
 Versión 03 aprobado por el Comité de Gerencia en sesión del 10 de marzo de 2017, Acta No. 06 de 2017
 Versión 04 aprobado por el Comité de Gerencia en sesión del 11 de mayo de 2017, Acta No. 11 de 2017
 Versión 05 firmada el 3 de marzo de 2021, por el Lider responsables del proceso, Lider del Modelo de Gestión y Presidente de Fontur

